

**ANALISIS *BRAND AWARENESS* PRODUK KREDIT PEMILIKAN  
RUMAH (KPR) BTN PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO)  
SURAKARTA**



**TUGAS AKHIR**

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat untuk Mencapai Sebutan  
Ahli Madya Manajemen Bisnis

**Oleh :**

**YOGA WAHYU WIJANARKO**  
**F3513079**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN BISNIS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2016**

**ABSTRAK**

**ANALISIS *BRAND AWARENESS* PRODUK KREDIT PEMILIKAN  
RUMAH (KPR) BTN PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO)  
SURAKARTA**

**YOGA WAHYU WIJANARKO**  
**F3513079**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat *brand awareness* konsumen terhadap KPR Bank Tabungan Negara (BTN) yang diukur berdasarkan *top of mind*, *brand recall*, *brand recognition*, dan *unaware of brand*.

Penelitian ini menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian

ini adalah masyarakat solo. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang berada di 5 kecamatan yaitu kecamatan Laweyan, Serengan, Pasar Kliwon, Jebres, Banjarsari. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability* sampling yaitu dengan metode *convenience sampling*. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer yaitu dengan menggunakan kuisioner. Analisis data dalam penelitian ini bersifat deskriptif yang berupa frekuensi dan persentase terkait dengan *brand awareness*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa KPR Bank Tabungan Negara (BTN) pada analisis *top of mind* menduduki peringkat pertama sebesar 41%. Pada *analisis brand recall* di tempati oleh KPR Bank BRI dengan persentase 32% . Pada analisis *brand recognition* sebanyak 21% responden baru mengenal KPR Bank Tabungan Negara (BTN) setelah mengisi kuisioner. Pada analisis *unaware of brand* sebanyak 17% responden tidak mengenal sama sekali KPR Bank Tabungan Negara (BTN).

Berdasarkan hasil kesimpulan tersebut, penulis memberikan saran bagi perusahaan yaitu PT. Bank Tabungan Negara (PERSERO) Surakarta hendaknya mempertahankan posisinya di tingkat *top of mind* dan selalu meningkatkan kualitas pelayanan, sebab masyarakat solo sudah banyak yang mengetahui produk KPR Bank BTN sebagai salah satu Bank yang memberikan produk KPR terbaik dan terkenal. Hal ini menjadikan kebanggaan bagi Bank BTN.

**Kata Kunci : *Brand Awareness***

## **ABSTRACT**

**ANALYSIS BRAND AWARENESS CREDIT HOME OWNERSHIP  
(KPR) BTN PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO)  
SURAKARTA  
YOGA WAHYU WIJANARKO  
F3513079**

The purpose of this study was to determine the level of brand awareness of consumers on the mortgage Bank Tabungan Negara (BTN) as measured by a top of mind, brand recall, brand recognition, and unaware of the brand.

This study used a survey method. The population in this study is the community solo. Sempel amount used by 100 respondents in districts 5 districts namely Laweyan, Serengan, Pasar Kliwon, Jebres, Banjarsari. The sampling technique in this research is nonprobability sampling method sampling convenience. Source data used are primary data source by using a questionnaire. Analysis of the data in this research is descriptive in the form of frequencies and percentages related to brand awareness.

The results of this study show that mortgages the Bank Tabungan Negara (BTN) on the analysis of the top of mind was ranked first by 41%. In the analysis of brand recall occupied by Mortgage Bank BRI with a percentage of 32%. In the analysis of brand recognition as much as 21% of respondents are new to the mortgage Bank Tabungan Negara (BTN) after filling out the questionnaire. In the analysis unaware of the brand as much as 17% of respondents did not know at all mortgage Bank Tabungan Negara (BTN).

Based on the results of these conclusions, the authors provide suggestions for companies namely PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Surakarta should maintain its position at the top of mind and constantly improve the quality of service, because people have a lot to find out solo KPR BTN product as one of the banks that provide the best mortgage products and famous. It makes pride for the Bank BTN.

**Keywords: brand awareness, mortgage loans, bank, top of mind.**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Tugas Akhir Dengan Judul :

**ANALISIS *BRAND AWARENESS* PRODUK KREDIT PEMILIKAN  
RUMAH (KPR) BTN PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO)  
SURAKARTA**

Surakarta, 27 Juli 2016.

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

**(Arum Setyowati, S.E.M.M.)**

**NIP. 198502102010122007**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir Dengan Judul :

**ANALISIS *BRAND AWARENESS* PRODUK KREDIT PEMILIKAN RUMAH  
(KPR) BTN PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) SURAKARTA**

Telah Disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 2016.

Tim Penguji Tugas Akhir

.....  
NIP. \_\_\_\_\_

Penguji

**(Arum Setyowati, S.E.M.M.)**

.....  
NIP. 198502102010122007

Pembimbing

### **MOTTO**

- Ingatlah bahwa kesuksesan selalu disertai dengan kegagalan.
- Janganlah takut untuk melangkah, karena jarak 1000 mil dimulai dengan langkah pertama.
- Kerjakanlah, wujudkanlah, raihlah cita-citamu dengan memulainya dari bekerja, bukan hanya menjadi beban di dalam impianmu.

## **PERSEMBAHAN**

1. Bapak dan ibu, yang telah memberikan kasih sayang serta doa dan mengajarkan arti kehidupan yang sebenarnya.
2. Saudara-saudara yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan sehingga dapat menumbuhkan semangat yang luar biasa.
3. Teman-teman D3 Manajemen Bisnis Angkatan 2013 yang telah memberikan motivasi sehingga dapat terselesaikan sesuai harapan.
4. Terimakasih yang tak terhingga untuk dosen-dosen ku, terutama pembimbingku yang tak pernah lelah dan sabar memberikan bimbingan dan arahan kepada ku.
5. Almamaterku.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“ANALISIS BRAND AWARENESS PRODUK KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) BTN PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) SURAKARTA”**. Tugas Akhir ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Berbagai kesulitan penulis hadapi dalam menyusun Tugas Akhir ini, namun berkat bantuan berbagai pihak, baik moral maupun spiritual, lahir maupun batin, dan langsung maupun tidak langsung penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Dalam kesempatan ini, dengan kerendahan dan ketulusan hati saya sebagai penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Dr. Hunik Sri Runing S, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Drs. Heru Purnomo, MM selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ibu Arum Setyowati, S.E.M.M selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Ibu Erlin Istiana selaku ODP dan seluruh staff Karyawan PT. Bank Tabungan Negara kantor cabang pembantu UNS, terima kasih atas segala bantuan yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.

6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Akhir kata penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat memberi manfaat bagi penulis sendiri maupun pembaca.

Surakarta, 27 Juli 2016

Penulis

Yoga Wahyu Wijanarko



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Metode Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
A. Definisi Merek.....	8
B. Peranan Merek .....	9
C. <i>Brand Equity</i> .....	10
D. Pengertian dan peranan <i>Brand Awareness</i> .....	12
E. Mencapai Kesadaran Merek .....	15
F. Mengukur <i>Brand Awareness</i> .....	16
G. Kerangka Pemikiran .....	18
BAB III PEMBAHASAN.....	20
A. Gambaran Umum PT Bank Tabungan Negara.....	20

B. Laporan Magang Kerja.....	30
C. Pembahasan .....	32
BAB IV PENUTUP .....	41
A. Simpulan .....	41
B. Saran .....	41
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	